

4. Петрова, Е. А. Визуальная психосемиотика общения : дис. ... д-ра психол. наук. – М., 2000. – 402 с.

5. Мухаметзянова Ф.Г., Боговарова В.А. Индикаторы изучения феномена субъектности студента вуза // Казанский педагогический журнал. 2012. № 1 (91). С. 82-89.

6. Мухаметзянова Ф.Г., Мифтахов И.И. Феномен субъектности студента в психологии// Казанский педагогический журнал. 2013. № 4. С. 126-130.

**УДК 159.9**

**ДОВЕРИЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК КЛЮЧЕВЫЕ  
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРСТВА**

*Позняков Владимир Петрович, Вавакина Татьяна Сергеевна*

*Федеральное государственное бюджетное учреждение науки*

*"Институт психологии Российской Академии наук", Россия, Москва*

*[pozn\\_v@mail.ru](mailto:pozn_v@mail.ru), [vavakina@gmail.com](mailto:vavakina@gmail.com)*

*Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ (Проект № 15-06-18015).*

**Аннотация**

В статье представлены результаты эмпирического исследования, посвященного изучению психологических факторов эффективности делового партнерства. В качестве показателей эффективности делового партнерства рассматриваются оценки успешности делового взаимодействия, удовлетворенность процессом взаимодействия с деловыми партнерами и оценки эмоциональной удовлетворенности и неудовлетворенности взаимодействием с партнерами. Исследование показало, что эффективности делового партнерства способствуют: высокая ответственность и

доверие в деловом взаимодействии. Препятствуют эффективности: допустимость во взаимодействии манипулирования, скрытности, лицемерия и влияния.

**Ключевые слова:** российские предприниматели, социальная психология, экономическая психология, психология предпринимательства, деловое взаимодействие, деловое партнерство, психологические отношения, ответственность, доверие, манипулирование, лицемерие, эффективность, удовлетворенность.

Данная статья продолжает изложение результатов серии проведенных авторами исследований социально-психологических факторов делового партнерства в бизнесе (Вавакина, 2013; Позняков, Вавакина, Позняков, 2013; Вавакина, 2009, 2011; Позняков, Груздева, 2013, Позняков, Титова, 2005). Деловое партнерство определяется нами как социальное взаимодействие экономически самостоятельных субъектов, основанное на объединении усилий деловых партнеров, направленных на реализацию их деловых интересов в рамках совместной экономической деятельности. Это сложный многоаспектный феномен, несводимый исключительно к интеграции субъектов, обусловленной экономической необходимостью, он может сочетать в себе различные виды взаимодействия, в том числе, и сотрудничество, и конкуренцию. Его характеризуют: автономность и относительная независимость деловых партнеров – субъектов экономической деятельности, чувствительность к вопросам стабильности статусов участников по отношению друг к другу и предпочтение паритетных отношений, особое внимание участников к таким социально-психологическим аспектам взаимодействия как доверие и ответственность.

В данной публикации мы уделяем основное внимание вопросу эффективности данного вида взаимодействия. В каком случае деловое партнерство можно считать успешным и эффективным? Какие факторы необходимо учитывать, чтобы совместное дело было результативным, а деловые партнеры – удовлетворены и результатами взаимодействия, и взаимоотношениями друг с другом? Всего в исследовании 2012 года приняло

участие 179 предпринимателей. Выборка представлена респондентами из Москвы, Центрального региона России и Сибири. Во всех регионах было соблюдено распределение по полу 2/3 мужчин и 1/3 женщин, что соответствует представленности мужчин и женщин в современной предпринимательской среде. В исследовании участвовали предприниматели всех возрастных категорий, средний возраст респондентов находится в диапазоне 36-40 лет. Предприниматели представляли разные сферы деятельности малого и среднего бизнеса.

Эффективным мы считаем такое деловое партнерство, отношение к которому характеризуется, прежде всего, оценкой успешности данного взаимодействия, удовлетворенностью самим процессом взаимодействия с деловыми партнерами и оценкой эмоциональной составляющей взаимоотношений с партнерами. Вместе с тем, косвенно подтверждать эффективность делового партнерства может оценка ценности вклада делового партнерства в общий результат экономической деятельности, а также готовность проявлять активность, самому инициировать деловое партнерство. В нашем исследовании использовался комплекс показателей эффективности делового партнерства, которые фиксировались через ответы на вопросы интервью. Респонденты давали оценки по зрительно-аналоговой шкале от 0% до 100%, представляющей собой непроградуированный отрезок длиной 10 см, имеющий обозначения 0% с одной стороны и 100% – с другой. Изначально мы задали респондентам 7 вопросов, выявляющих эффективность взаимодействия: 5 вопросов предназначались для характеристики различных аспектов успешности взаимодействия, и 2 вопроса – для субъективной оценки положительных и отрицательных эмоций, сопровождающих этот процесс. Поскольку оценки по пяти вопросам оказались очень тесно взаимосвязаны, мы использовали факторный анализ чтобы сократить количество переменных. Мы остановили свой выбор на 4- факторном решении, описывающем 82,23% общей дисперсии.

**Фактор F1** Оценка успешности процесса взаимодействия с партнерами (28,83% объясняемой дисперсии). В этот фактор вошли переменные:

- насколько активно вы сами инициируете деловое партнерство (факторная нагрузка (0,833);
- насколько легко вам выстраивать успешное взаимодействие с деловыми партнерами (0,787);
- насколько комфортно вы обычно чувствуете себя во взаимодействии с деловыми партнерами (0,704).

**Фактор F2** Оценка успешности результата взаимодействия с партнерами (23,41%). В этот фактор вошли переменные:

- оцените, пожалуйста, каков вклад успешного взаимодействия с деловыми партнерами в конечный результат вашего бизнеса (работы) (0,851);
- как вы оцениваете (в целом) успешность вашего взаимодействия с деловыми партнерами (0,820).

**Фактор F3** Эмоциональная удовлетворенность взаимодействием (15,12%): Как бы Вы оценили положительные эмоции, удовольствие, получаемое от взаимодействия с вашими партнерами? (0,957).

**Фактор F4** Эмоциональная неудовлетворенность взаимодействием (14,87%): Как бы Вы оценили отрицательные эмоции, неудовольствие, получаемое от взаимодействия с вашими партнерами? (0,979).

Нас интересовал вопрос, что же способствует, а что препятствует эффективности делового партнерства. На какие аспекты делового взаимодействия стоит обращать более пристальное внимание, поскольку они наиболее важны для успешности взаимодействия и удовлетворенности взаимоотношениями между деловыми партнерами. В качестве психологических факторов эффективности делового партнерства мы рассматривали различные характеристики делового взаимодействия и взаимоотношений между партнерами и в частности их отношение к наиболее значимым нормам делового партнерства: ответственности и доверию. *Вопрос:* Оцените степень вашего доверия и вашей ответственности по отношению к другим участникам

взаимодействия (по шкале, где 1 – крайне низкая степень, а 7 – крайне высокая). Степень доверия и ответственности необходимо было оценить в шести разных ситуациях взаимодействия, а именно к партнерам, с которыми Вы:

- до сих пор не сотрудничали, но планируете взаимодействовать, предпринимаете шаги по установлению партнерских взаимоотношений;
- взаимодействуете непродолжительное время;
- взаимодействуете эпизодически, по мере необходимости;
- регулярно взаимодействуете в краткосрочных проектах;
- взаимодействуете в долгосрочных проектах;
- в прошлом успешно взаимодействовали, но в настоящее время не имеете партнерских отношений.

Оценки давались по зрительно-аналоговой шкале от 0% до 100%.

Отношение к нормам делового партнерства, отражающим ориентацию на достижение, прежде всего, собственных интересов во взаимодействии (влияние, манипулирование, скрытность и лицемерие в партнерских взаимоотношениях), фиксировалось с помощью ответов на вопрос: Насколько допустимо, по Вашему мнению, во взаимоотношениях между деловыми партнерами..? По каждому пункту (влияние, манипулирование, скрытность, лицемерие) респонденты давали оценки по 7-ми балльной шкале от –3 до +3, в диапазоне «не допустимо – допустимо». Результаты корреляционного анализа выявили ряд взаимосвязей переменных, полученных в результате факторного анализа, с различными характеристиками делового взаимодействия и взаимоотношений между партнерами (см. табл. 1).

Ответственность и доверие проявились в данном исследовании как наиболее важные социально-психологические факторы делового партнёрства. Результаты показали, что ответственное отношение во взаимодействии связано, прежде всего, с эмоциональной стороной взаимодействия. В целом, на разных этапах, в разных ситуациях взаимодействия проявление ответственности сопровождается положительными эмоциями и уберегает от негативных

эмоциональных переживаний. Эти данные согласуются с результатами исследования социально-психологических факторов ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия (Позняков, Груздева, 2013). Доверие, в отличие от ответственности, связано с успешностью делового партнерства. Видимо в данном случае речь идет именно о взаимосвязи, взаимовлиянии. Чем легче и комфортнее чувствует себя человек во взаимодействии с партнерами, чем чаще это взаимодействие сопровождается положительными эмоциями, тем более он склонен доверять своим партнерам в долгосрочных проектах. С другой стороны, чем более доверительны отношения между партнерами, тем больше возможностей открывается для успешного делового партнерства.

Таблица 1. Коэффициенты корреляции между оценками различных характеристик делового партнерства факторами его эффективности

Характеристики делового партнерства	УСПЕШНОСТЬ ДП		ЭМОЦИИ	
	F1 ПРОЦЕСС	F2 РЕЗУЛЬТАТ	F3 ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ	F4 ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ
<b>ДОВЕРИЕ</b>				
доверие-кратко	0,220 <sup>**</sup>	0,161 <sup>*</sup>		
доверие-долго	0,276 <sup>***</sup>		0,227 <sup>**</sup>	
доверие-после			0,196 <sup>**</sup>	- 0,244 <sup>***</sup>
<b>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</b>				
ответственность-планы		0,207 <sup>***</sup>	0,250 <sup>***</sup>	- 0,241 <sup>***</sup>
ответственность-недолго			0,161 <sup>*</sup>	- 0,258 <sup>***</sup>
ответственность-эпизод				- 0,225 <sup>**</sup>
ответственность-кратко			0,144 <sup>*</sup>	- 0,209 <sup>**</sup>
ответственность-долго			0,180 <sup>*</sup>	- 0,146 <sup>*</sup>
ответственность-после				- 0,173 <sup>*</sup>
<b>Влияние</b>		- 0,169 <sup>*</sup>		
<b>Манипулирование</b>				0,220 <sup>**</sup>
<b>Скрытность</b>	- 0,180 <sup>*</sup>		- 0,186 <sup>*</sup>	
<b>Лицемерие</b>		- 0,183 <sup>*</sup>		

ответственность-после				- 0,173*
-----------------------	--	--	--	----------

Извлечение из матрицы интеркорреляций: приведены только значимые корреляции, N=177-179.Примечание: р - уровень значимости корреляции: \*\*\*  $p \leq 0,001$ ; \*\*  $p \leq 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ .

Оценки респондентов относительно допустимости во взаимодействии с партнерами влияния, манипулирования, скрытности и лицемерия взаимосвязаны с разными показателями эффективности делового партнерства. Так, *скрытность* не способствует удовлетворенности деловым партнерством, так как в этом случае ухудшается качество и эмоциональный фон процесса взаимодействия. Допустимость во взаимодействии *влияния* и/или *лицемерия* не способствуют результативности делового партнерства. В свою очередь, допустимость *манипулирования* во взаимодействии напрямую связана с отрицательными эмоциями, которые испытывает человек во взаимодействии со своими партнерами. При этом, когда респондент оценивает допустимость такого способа взаимодействия, вряд ли речь идет о манипулировании по отношению к себе, но скорее о допустимости самому поступать подобным образом по отношению к партнерам. Видимо не стоит без нужды прибегать во взаимодействии к манипулированию другими людьми, если Вы не хотите испытать на себе эффект «бумеранга» и лишний раз столкнуться с неудовольствием и неприятными переживаниями. Таким образом, деловым людям стоит более внимательно относиться к выявленным факторам, чтобы совместное дело было результативным, а деловые партнеры – удовлетворены и результатами взаимодействия, и взаимоотношениями друг с другом.

#### Литература:

1. Вавакина Т. С. Деловая культура, нормы и принципы делового партнерства в среде российских предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 4. С. 220-226.

2. Вавакина Т. С., Позняков В. П. Образ делового партнера в представлениях российских предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. 2013 № 2. С. 217-224.
3. Позняков В. П., Вавакина Т. С. Деловое партнерство как одна из форм деловой активности предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. 2009. №4. С. 36-43.
4. Позняков В. П., Вавакина Т. С. Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству // Знание. Понимание. Умение. 2011. № 2. С. 100-103.
5. Позняков В. П., Груздева Е. А. Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 3. С. 226-234.
6. Позняков В. П., Титова О. И. Конкурентные и партнерские отношения российских предпринимателей: региональные и гендерные особенности // Проблемы экономической психологии. Том 2 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 181-204.

**УДК 159.9**

**ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОСВЯЗИ САМОРЕГУЛЯЦИИ  
ПСИХИЧЕСКИХ СОСТОЯНИЙ, РЕФЛЕКСИИ И ЗАЩИТНЫХ  
МЕХАНИЗМОВ ПСИХИКИ У РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ  
КАТЕГОРИЙ В НАПРЯЖЕННЫХ СИТУАЦИЯХ  
ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Федорова Анастасия Владимировна*

*Казанский федеральный университет, Россия, Казань*

*fdrv\_anastasia@mail.ru*